

การยอมรับนวัตกรรม โบบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน  
ของกลุ่มผู้สูงอายุ

Innovation acceptance mobile banking application of Senior citizen

ปวีตรา สอนดี, ดร. ชุติมา เกศดาญรัตน์

**บทคัดย่อ**

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการยอมรับนวัตกรรม โบบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชันของกลุ่มผู้สูงอายุ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโบบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน (mobile banking application) โดยกลุ่มตัวอย่างมีอายุ 40 - 60 ปี โดยเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ แรงจูงใจ การเลือกใช้ และการยอมรับบริการโบบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน เพื่อนำผลการวิจัยศึกษาไปใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด การประชาสัมพันธ์ และสามารถเข้าใจถึงการยอมรับนวัตกรรมโบบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน ซึ่งนำไปสู่การใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์เพื่อขยายฐานลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

**คำสำคัญ** การยอมรับนวัตกรรม, โบบายแบงก์กิ้งแอปพลิเคชัน, ผู้สูงอายุ

**Abstract**

The research is to study the the Innovation Acceptance of Mobile Banking Application of Senior citizen who were willing to use mobile banking application. The representative samples is 40 - 60 years old. The quantitative was applied in this research. The objective of this research is to explored the factors of influencing decision making, motivation, selection, and acceptance of mobile banking applications to develop the marketing plan, marketing strategies and public relations as well as understand the usage habits, financial transactions through online media for the organisations to expand customer base effectively.

**ประวัติความเป็นมา**

ปัจจุบันเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตของผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการใช้ชีวิตประจำวันของผู้คน ปฏิเสธไม่ได้ว่าพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปนั้นส่วนหนึ่งเริ่มจากการมีอินเทอร์เน็ตที่มีการใช้งานผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ และได้รับการพัฒนาให้สามารถใช้งานผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือสมาร์ทโฟน และอุปกรณ์ อื่นๆ ที่สามารถรองรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตได้ จากจุดเริ่มต้นนี้ทำให้โลกของเราขับเคลื่อนไปด้วยการเชื่อมต่อกันของเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งอินเทอร์เน็ตเข้ามามีส่วนช่วยในการอำนวยความสะดวกมากมาย เอื้อประโยชน์ต่อการใช้ชีวิตประจำวัน เช่น การสื่อสารผ่านแอปพลิเคชัน สมาคมโฆษณาดิจิทัล (ประเทศไทย)

Digital Advertising Association (Thailand) หรือ DAAT ร่วมกับเว็บไซต์ MarketingOops.com กล่าวว่า สมาร์ทโฟนกลายเป็นปัจจัยหนึ่งของการดำรง ชีวิตประจำวันของเราไปเรียบร้อยแล้วเนื่องจากการเติบโตของ การช้อปปิ้งออนไลน์จึงทำให้การทำธุรกรรมทางการเงิน ติดอยู่ใน 5 อันดับของพฤติกรรมที่ผู้ใช้งาน อินเทอร์เน็ตนิยมใช้กล่าวได้ว่า กระแสโลกออนไลน์ได้สร้างการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมและ ทักษะคติของผู้บริโภคในด้านการทำธุรกรรมทางการเงิน นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในโลกการเงินได้ส่งผลให้ เกิดรูปแบบการให้บริการทางการเงินต่างๆ ที่อำนวยความสะดวก และตอบสนองต่อไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคยุค ใหม่ โดยเฉพาะการทำธุรกรรมทางการเงิน สมัยใหม่ที่สามารถทำธุรกรรมการเงินได้ทุกที่ ทุกเวลา รวดเร็ว และ สะดวกสบาย โดยสามารถทำได้ผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์

ในปี 2558 เทียบกับปี 2557 พบว่า ปริมาณการทำธุรกรรมการเงินผ่าน บริการโมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน (mobile banking application) มีอัตราการเติบโตร้อยละ 126.90 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560) แสดงให้เห็นว่าการทำธุรกรรมการเงิน ผ่านบริการโมบาย แบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน (mobile banking application) มีแนวโน้ม เติบโตสูงขึ้นเนื่องจากสามารถตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคยุคใหม่ในการทำ ธุรกรรมได้ง่าย รวดเร็ว ทุกที่และทุก เวลา นอกจากนี้การเติบโตของธุรกิจอีคอมเมิร์ซทำให้ ผู้บริโภคนิยมซื้อ สินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันของสมาร์ทโฟน และแท็บเล็ตเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากการใช้งานสะดวกสบาย และ ง่าย ทำให้โอกาสในการชำระเงินเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการผ่านสมาร์ทโฟนมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย

จากผลการสำรวจของนิลสัน พบว่า กลุ่มอายุ 25-39 เป็นกลุ่มหลักที่มีการซื้อสินค้าและบริการ ออนไลน์มากที่สุด โดยมีอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาอยู่ 39% (เพิ่มจาก 4.1% เป็น 5.7%) โดย กลุ่มที่รองลงมาคือกลุ่มผู้สูงอายุ 40 ปีขึ้นไป โดยมีอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้น 30% (เพิ่มจาก 2.4% เป็น 4%) นอกจากนี้พฤติกรรมของกลุ่มผู้ สูงอายุยังมีความน่าสนใจโดยที่ผู้สูงอายุเหล่านี้มีเงินสำหรับใช้จ่าย ฟุ่มเฟือย และใช้จ่ายเฉลี่ยแล้วมากกว่าคนวัยอื่น ๆ ในสินค้าเกือบทุกรายการ เช่น อาหารสำเร็จรูป ของตกแต่ง บ้าน บันเทิง ของใช้ส่วนตัว ของขำรวย และสินค้าสุขภาพ เป็นต้น (ฐานเศรษฐกิจ, 2556) เนื่องจากสังคมไทยกำลัง ก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุจะเห็นได้ว่าการเปลี่ยนแปลงทางด้าน ประชากรศาสตร์ ส่งผลให้เกิดสังคมใหม่ มีกฎ และกระบวนกรใหม่ ๆ แต่ในขณะเดียวกันสื่อที่สนับสนุนการรับรู้เทคโนโลยีที่อำนวยความสะดวกให้แก่ ผู้สูงอายุ ยังมีอยู่น้อยมาก ดังนั้นจากข้อมูลข้างต้นนั้นผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของการยอมรับนวัตกรรม แอปพลิเคชันเพื่ออำนวยความสะดวก และรองรับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยน ไป หากสังเกตจาก พฤติกรรมของผู้สูงอายุนั้นมีแนวโน้มการใช้งานอินเทอร์เน็ตมากขึ้น เรื่องของการใช้จ่ายซื้อของ ออนไลน์ก็เป็น อีกข้อหนึ่งที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเพราะว่าช่วงอายุนี้เป็นช่วงอายุที่มีกำลังซื้อสูง คนกลุ่มนี้จึงหันมาซื้อ ของ ออนไลน์กันมากขึ้น แต่ด้วยการใช้จ่ายและซื้อของออนไลน์ที่เกิดขึ้นนั้นยังมีกลุ่มคนจำนวนมากที่ยังกังวลกับ การเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน ด้วยเหตุและปัจจัยต่างๆ เช่น เรื่องความน่าเชื่อถือ เรื่องความเข้าใจ และวิธีการใช้งาน ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกศึกษากลุ่มผู้ใช้งานผู้สูงอายุ

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรกับการยอมรับนวัตกรรม โมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน (mobile banking application) ของกลุ่ม อายุ 40-60 ปี
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ถึงประโยชน์กับการยอมรับนวัตกรรม โมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน (mobile banking application) ของกลุ่มอายุ 40-60 ปี
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง การรับรู้ความง่ายกับการยอมรับนวัตกรรม โมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน (mobile banking application) ของกลุ่มอายุ 40-60 ปี
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ช่องทางการรับรู้กับการยอมรับนวัตกรรม โมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน (mobile banking application) ของกลุ่มอายุ 40-60 ปี

### ขอบเขตงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาถึงลักษณะการยอมรับนวัตกรรม โมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน (mobile banking application) ของกลุ่มชายและหญิงอายุ 40-60 ปี ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจ

### วิธีดำเนินการวิจัย

การยอมรับนวัตกรรม โมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน (mobile banking application) ของกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าตามลำดับ ดังนี้

1. ประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง คือ ชายและหญิงอายุระหว่าง 40-60 ปี จำนวน 100 คน
2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม จำนวน 100 ชุด ซึ่งภายในแบบสอบถามหนึ่งชุด ประกอบด้วย 5 ส่วน ดังนี้ 1) ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ และข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มผู้ใช้งานที่มีการทำธุรกรรมทางการเงินผ่าน โมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน 2) แบบสอบถามเกี่ยวกับช่องทางการรับรู้ และรู้จักระบบ โมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน (mobile banking application) 3) แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยการรับรู้ถึงความง่าย 4) แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน โมบายแบงก์ โมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน (mobile banking application) 5) แบบสอบถามเกี่ยวกับแนวโน้มในการจะเลือกใช้ โมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน (mobile banking application) ในอนาคต
3. ขั้นตอนการเก็บข้อมูล คือ แจกแบบสอบถามผ่านสื่อสังคมออนไลน์ บน Google Form จำนวน 50 ชุด และลงพื้นที่แจกแบบสอบถามที่กลุ่มผู้ใช้งานที่มีอายุ 40-60 ปี จำนวน 50 ชุด
4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน ซึ่งสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percent) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าเฉลี่ย (Mean :  $\bar{X}$ ) และใช้การวิเคราะห์มาตราส่วนประมาณค่า (Likert Scale) สถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย สถิติ T-test และ One way ANOVA (F-Test) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

## การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง การยอมรับนวัตกรรม โมบายแบงก์กิ้งแอปพลิเคชัน (mobile banking application) ของกลุ่มผู้สูงอายุ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่มีคำตอบครบถ้วนสมบูรณ์ จำนวน 100 ชุด ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ทดสอบสมมติฐานและนำเสนอผลการวิเคราะห์ และประมวลผลข้อมูลพร้อมทั้งทดสอบสมมติฐาน โดยมีรายละเอียดดังนี้ 1) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประสบการณ์ในการใช้งาน และบริการที่มีลักษณะใกล้เคียงกับการใช้โมบายแบงก์กิ้งแอปพลิเคชัน (mobile banking application) 3) การวิเคราะห์ข้อมูลการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือ โมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน โดยแบ่งหัวข้อออกเป็น 3.1) ความคาดหวังจากการใช้งาน 3.2) การรับรู้ความง่ายต่อการใช้ เทคโนโลยี 3.3) อิทธิพลของสังคมในการใช้งานในการใช้งานนวัตกรรม 3.4) สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานนวัตกรรม 3.5) การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีในการใช้งานนวัตกรรม 3.6) แรงจูงใจด้านอารมณ์ในการใช้งานนวัตกรรม 3.7) ความตั้งใจในการใช้งานนวัตกรรม 4) การวิเคราะห์แนวโน้มในการจะเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้งแอปพลิเคชัน (mobile banking application) ในอนาคตของของของกลุ่มผู้สูงอายุ 5) การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

## ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องยอมรับนวัตกรรม โมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชันของกลุ่มผู้สูงอายุ มีผลการวิจัยดังนี้

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไป จากการทำแบบสอบถาม การยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กิ้งแอปพลิเคชัน (mobile banking application) ของกลุ่มผู้สูงอายุ จำนวนทั้งหมด 100 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีจำนวน 55 คน และรองลงมาเป็นเพศหญิงจำนวน 45 คน อยู่ที่ช่วงอายุ 40-45 ปี มีจำนวน 67 คน โดยส่วนใหญ่มีสถานะภาพครอบครัว สมรส จำนวน 53 คน มีการศึกษาในระดับอนุปริญญา ปวส หรือเทียบเท่า 45 คน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 - 30,000 บาท เป็นจำนวน 48 คน

**ส่วนที่ 2** ข้อมูลด้านประสบการณ์ในการใช้งานและบริการที่มีลักษณะใกล้เคียงกับการใช้กับการใช้โมบาย แบงก์กิ้งแอปพลิเคชัน (mobile banking application) จากการศึกษาพบว่าข้อมูลด้านประสบการณ์ในการใช้งาน และบริการที่มีลักษณะใกล้เคียงกับการใช้โมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน (mobile banking application) พบว่า ระดับความคิดเห็นโดยรวมของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับ เห็นด้วยปานกลาง ในด้านประสบการณ์ในการใช้งานและบริการมีระดับความสำคัญมาก โดยประสบการณ์การใช้งานที่สูงที่สุดคือ การใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน ATM และจากกลุ่มที่ทำการ สอบถามใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยเฉลี่ยใน 1 สัปดาห์ มากกว่า 30 ครั้ง 49 คนและส่วนใหญ่มีแนวโน้มไม่ไปในทางเดียวกันว่าในอนาคตคิดว่าจะใช้งานบริการนี้

**ส่วนที่ 3** ข้อมูลด้านความคาดหวังจากการใช้งาน จากการศึกษาพบว่าข้อมูลด้านความคาดหวังจากการใช้งานของกลุ่มผู้ใช้งาน ที่มีอายุ 40-60 ปี ที่ทำการตอบแบบสอบถามเห็นว่า ปัจจัยการรับรู้ถึงความง่ายในด้านการ สมัครใช้งานอยู่ในเกณฑ์มาก โดยที่กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเห็นว่าปัจจัยความคาดหวังต่อการใช้งาน โมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การใช้บริการ โมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน มีความสะดวก

**ส่วนที่ 4** ข้อมูลด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้ เทคโนโลยี ปัจจัยการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน อยู่ใน ระดับมาก โดยที่กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเห็นว่าปัจจัยการทำธุรกรรมผ่านโมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน เสร็จได้อย่างรวดเร็ว และการมีความรู้และมีอุปกรณ์ (มือถือ) ที่พร้อมในการทำธุรกรรมผ่านโมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน เป็นปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กิ้งแอปพลิเคชัน (mobile banking application) ของกลุ่มผู้ใช้งานที่มีอายุ 40-60 ปี เป็นอันดับ 1 และ 2

**ส่วนที่ 5** อิทธิพลของสังคมในการใช้งานนวัตกรรม จากการศึกษาพบว่าปัจจัยข้อมูลด้านอิทธิพลของสังคมในการใช้งานนวัตกรรมของกลุ่มผู้ใช้งานที่มีอายุ 40-60 ปี ส่งผลต่อการ การยอมรับนวัตกรรม โมบายแบงก์กิ้งแอปพลิเคชัน (mobile banking application) อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยการใช้งาน โมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน จะช่วยได้มากในชีวิตประจำวัน การใช้งานโมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน มีประโยชน์ต่อชีวิต และยิ่งเชื่อว่า สามารถสื่อสารกับบุคคลอื่นถึงวิธีการใช้งานและการทำธุรกรรมผ่านโมบายแบงก์กิ้งแอปพลิเคชัน ได้ ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้เกิดการยอมรับ พร้อมทั้ง การทำธุรกรรมผ่าน โมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชันได้ ถึงแม้ว่าอาจจะไม่เคยใช้มาก่อนเลย

**ส่วนที่ 6** สิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานนวัตกรรม จากการศึกษาพบว่าปัจจัยข้อมูลด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานนวัตกรรมของกลุ่มผู้ใช้งานที่มีอายุ 40-60 ปี ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรม โมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน (mobile banking application) อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยคิดว่าการใช้ บริการ โมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน มีแนวโน้มที่จะ ค่อย ๆ เริ่มใช้กันมากขึ้นในเร็ว ๆ นี้ การใช้บริการ โมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน ทำให้ไม่ต้องมีเงินสดติดตัว และลดความเสี่ยงจากการพกพาเงินสดในการใช้จ่าย เป็นปัจจัยหลักที่ทำให้เกิดการยอมรับ

**ส่วนที่ 7** การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีในการใช้งานนวัตกรรม จากการศึกษาข้อมูลพบว่าข้อมูล ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีในการใช้งานของกลุ่มผู้ใช้งานที่มีอายุ 40-60 ปี ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรม โมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน (mobile banking application) อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าการจ่ายเงินด้วยโมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน ช่วยให้ทำธุรกรรมทางการเงินได้ รวดเร็วยิ่งขึ้น การจ่ายเงินด้วย โมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน ช่วยลดเวลาในการเดินทางไปทำธุรกรรมที่ ธนาคาร เป็นปัจจัยหลักที่ทำให้เกิดการยอมรับ

**ส่วนที่ 8** แรงจูงใจด้านอารมณ์ในการใช้งานนวัตกรรม จากการศึกษาข้อมูลพบว่า ด้านแรงจูงใจ ด้านอารมณ์ในการใช้งานนวัตกรรมของกลุ่มผู้ใช้งานที่มีอายุ 40-60 ปี ส่งผลต่อการยอมรับนวัตกรรม โมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน (mobile banking application) อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยคิดว่าการใช้จ่ายผ่าน โมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชันเป็นความคิดที่น่าสนใจ

### ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

**สมมติฐานข้อที่ 1** เพศที่แตกต่างกัน มีระดับการยอมรับนวัตกรรม โมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน (mobile banking application) ที่แตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่าจากตัวแปรในด้านของ เพศ โดยทดสอบด้วย

ค่าสถิติพบว่า ค่า Sig อยู่ที่ 0.76 ซึ่งเกินนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงถือว่าไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งเอาไว้

**สมมติฐานข้อที่ 2** ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีระดับการยอมรับนวัตกรรม โบบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน (mobile banking application) ที่แตกต่างกัน ในระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

**สมมติฐานข้อที่ 3** รายได้ที่แตกต่างกัน มีระดับการยอมรับนวัตกรรม โบบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน (mobile banking application) ที่แตกต่างกัน พบว่า รายได้ที่แตกต่างกัน มีการยอมรับนวัตกรรมที่ต่างกันโดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 โดยเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

**สมมติฐานข้อที่ 4** ความคาดหวังจากการใช้งานมีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรมโบบายแบงก์ กิ้ง แอปพลิเคชัน (mobile banking application) ของกลุ่มอายุ 40-60 ปี พบว่าความคาดหวังจากการใช้งานมีความสัมพันธ์การยอมรับนวัตกรรมมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

**สมมติฐานข้อที่ 5** การรับรู้ความง่ายมีความสัมพันธ์กับ การยอมรับนวัตกรรม โบบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน (mobile banking application) ของกลุ่มอายุ 40-60 ปี พบว่า การรับรู้ความง่ายมีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรมมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

**สมมติฐานข้อที่ 6** การรับรู้ถึงประโยชน์มีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรมช่องทางการรับรู้กับการยอมรับนวัตกรรม โบบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน (mobile banking application) ของกลุ่มอายุ 40-60 ปี พบว่ามีความสัมพันธ์กันโดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

**สมมติฐานข้อที่ 7** ความตั้งใจในการใช้งานนวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรมช่องทางการรับรู้กับการยอมรับนวัตกรรม โบบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน (mobile banking application) ของกลุ่ม อายุ 40-60 ปี พบว่าความตั้งใจในการใช้งานนวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรม มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

## การอภิปรายผล

การยอมรับนวัตกรรม โบบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน (mobile banking application) ของกลุ่มผู้สูงอายุ มีประเด็นปัจจัยตามสมมติฐานโดยสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้ จากผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรในด้านของ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ และอาชีพ มีการยอมรับนวัตกรรมที่ไม่แตกต่างกัน การวิจัยพบว่าจากตัวแปร ในด้านเพศ มีการยอมรับนวัตกรรมที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องสมมติฐานที่ตั้งขึ้น รวมถึงไม่สอดคล้องกับงาน วิจัยของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ที่กล่าวว่าประชากรที่แตกต่างกันจะมีการรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกัน เนื่องมาจากการรับรู้ข่าวสารของโบบายแบงก์กิ้งแอปพลิเคชันไม่ได้มีการแบ่ง เพศ อายุ การศึกษา รายได้ หรือ อาชีพในการรับรู้ ข่าวสาร ดังนั้น จึงถือได้ว่าประชาชนโดยส่วนมากไม่ว่ามีเพศ อายุ อาชีพ หรือ มีรายได้ที่แตกต่างกัน ก็ได้รับข่าวสารที่เท่ากันซึ่งส่งผลให้เกิดการรับสารที่เหมือนกัน จึงทำให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมที่ไม่แตกต่างกันไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤษฎา หวังศิริ (2553) ที่ศึกษาเกี่ยวกับ การยอมรับนวัตกรรมสมุดหน้าเหลืองของผู้ใช้โทรศัพท์ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กรณีศึกษา

บริษัท เทเล อินโฟ มีเดีย จำกัด (มหาชน) พบว่า ไม่ว่าจะเพศหญิงหรือเพศชายล้วนมีการยอมรับนวัตกรรมที่ไม่แตกต่างกัน ในด้านความคาดหวังจากการใช้งานมีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรมโมบาย แบนด์กึ่ง แอปพลิเคชัน (mobile banking application) กลุ่มผู้สูงอายุพบว่าความคาดหวังจากการใช้งานมีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรมโดยเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนด โดยสอดคล้องกับแนวความคิดของ เดอเช็คโค ว่า การกำหนดความคาดหวังของบุคคล นอกจากรู้ขึ้นอยู่กับ ระดับความ ยากง่ายของงานแล้วยังขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่ผ่านมาในครั้งนั้น ๆ ด้วย เดอเช็คโค ได้กล่าวไว้ว่า การที่บุคคลเคยประสบความสำเร็จในการทำงานนั้น ๆ มาก่อน ก็จะกำหนดความคาดหวังในการทำงานในคราวต่อไปสูงขึ้น และใกล้เคียงกับความสามารถจริงมากขึ้น แต่ในทางตรงกันข้ามระดับความคาดหวังต่ำลงมา เพื่อป้องกันมิให้ตนเกิดความรู้สึกล้มเหลว จากการที่วางระดับความคาดหวังไว้สูง (นวลจันทร์ เพิ่มพูนรัตนกุล, 2540) ซึ่งความคาดหวังของผู้ใช้งานนั้นส่วนใหญ่มีพื้นฐาน มาจากประสบการณ์ในการใช้งานที่เคยสะสมมาก่อนซึ่งหากมีพฤติกรรมที่ดีมาก่อน ก็จะส่งผลให้ความคาดหวังในการใช้งานสูงขึ้นไปด้วย

การรับรู้ความง่ายมีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรมโมบายแบนด์กึ่งแอปพลิเคชัน (mobile banking application) ของกลุ่มผู้สูงอายุ จากการศึกษาพบว่าปัจจัยการรับรู้ความง่ายมีความสัมพันธ์กับการยอมรับ นวัตกรรมโมบายแบนด์กึ่งแอปพลิเคชัน (mobile banking application) มีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรมซึ่ง เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัย ของ สัญชัย อุปะเตีย (2554) ที่พบว่า ปัจจัยความง่ายส่งผลต่อ การตัดสินใจใช้บริการและปัจจัยที่ทำให้คนเกิดการยอมรับ คือ การทำให้กลุ่มคนรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานจะทำให้กลุ่มเกิดกระบวนการยอมรับได้ ซึ่งล้วนเป็นไปตามทฤษฎีของ Davis, Bagozzi & Warshaw (1989) เมื่อบุคคลเกิด ความรู้สึกว่านวัตกรรมนั้นมีการใช้งานที่ง่ายและสะดวกแล้ว พวกเขาจะรู้สึกว่าการยอมรับนั้นก่อให้เกิดประโยชน์ และเกิดการยอมรับนวัตกรรมในที่สุด

การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีในการใช้งานนวัตกรรม มีความสัมพันธ์กับการยอมรับ นวัตกรรม ช่องทางการรับรู้กับการยอมรับนวัตกรรม โมบายแบนด์กึ่ง แอปพลิเคชัน (mobile banking application) ของกลุ่มผู้สูงอายุ จากการศึกษาพบว่าปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์มีความสัมพันธ์กับการยอมรับ นวัตกรรม โมบายแบนด์กึ่ง แอปพลิเคชัน (mobile banking application) มีความสัมพันธ์กับการยอมรับ นวัตกรรมซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้โดยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดต่อตัวผู้ใช้งานโดยข้อที่ทำให้กลุ่ม ตัวอย่างเกิดการยอมรับสูงสุด คือ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากต่อตัวผู้ใช้งานก่อให้เกิดการยอมรับ นวัตกรรมเป็นไปตามทฤษฎีของ Davis, Bagozzi & Warshaw (1989) ที่ชี้ให้เห็นว่าการที่รับรู้ประโยชน์นั้นจะมีส่วนทำให้เกิดการยอมรับนวัตกรรม โดยในการศึกษาวิจัยของ ชัชฎาภรณ์ เดชาเสถียร (2557) ที่ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ KTB Netbank ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ในด้านของการยอมรับนวัตกรรมกลุ่มตัวอย่างที่เห็นถึงความสำคัญในการยอมรับนวัตกรรม นั้นปัจจัยส่วนใหญ่เกิดจากการทราบถึงประโยชน์จากการใช้งาน โดยการรับรู้ประโยชน์เป็นปัจจัยที่สำคัญมาก เป็นอันดับแรกในการยอมรับ นวัตกรรม ในด้านของ วัชรพล คงเจริญ (2558) พบว่าปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ส่งผลให้เกิดการยอมรับ นวัตกรรมในการใช้บริการธนาคารผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่มากเป็นอันดับสอง

ความตั้งใจในการใช้งานนวัตกรรม มีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรมช่องทางการรับรู้กับการยอมรับ นวัตกรรม โมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน (mobile banking application) ของกลุ่มผู้สูงอายุ จากการศึกษา พบว่าปัจจัยการรับรู้ถึงประโยชน์มีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน (mobile banking application) และมีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรมซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้โดยข้อที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างเกิดการยอมรับสูงสุด คือ การทำธุรกรรมผ่านโมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชันเป็นความคิดที่น่าสนใจ ซึ่งจากการเห็นถึง ประโยชน์หลาย ๆ อย่างทำให้มีความตั้งใจที่จะใช้งานในอนาคต ส่งผลให้เกิดการยอมรับนวัตกรรม ซึ่งสอดคล้องกับ (Zeithaml, 1988) การรับรู้คุณค่าเป็นตัวแปรหลักในกรอบการวิจัยต่าง ๆ ประกอบด้วยการประเมินด้านราคา และ ประโยชน์ที่ได้รับหรือการรับรู้คุณค่าเป็นการประเมินอรรถประโยชน์โดยรวมของผลิตภัณฑ์บนความตระหนักถึงสิ่งได้ รับและสิ่งที่เสียไปจากพฤติกรรม การบริโภค ทั้งนี้ การรับรู้คุณค่ามักถูกเชื่อมโยง เป็นกรอบแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการ ประเมินของผู้บริโภคซึ่งประกอบด้วยยอมรับประโยชน์ และการยอมเสียบางสิ่งเพื่อแลกกับสิ่งที่ต้องการเห็น ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะนำไปสู่ความตั้งใจในการใช้งานตามมา

### ข้อเสนอแนะ

- 1) ควรที่จะมีการศึกษาถึงการยอมรับนวัตกรรมในกระบวนการยอมรับนวัตกรรมที่น่าเสนอโดย Rogers (1971) ว่าประชาชนเกิดการยอมรับนวัตกรรม โมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน เป็นอย่างไร โดยควรศึกษาว่าผู้ที่ได้ทดลองใช้บริการแล้วเกิดการยอมรับนวัตกรรมมากน้อยเพียงใด พึงพอใจหรือไม่อย่างไร
- 2) งานวิจัยควรที่จะมีการศึกษาปัจจัยในด้านของความปลอดภัยในการใช้งานเพิ่มเติม ว่าจากการใช้งานผู้ใช้งานจะเกิดความปลอดภัยในการใช้งานอย่างไร เนื่องจากทางผู้วิจัยคิดว่าเหตุผลที่ทำให้คนเกิดการยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน ในระดับปานกลาง สาเหตุอาจมาจากความไม่มั่นใจในการใช้งานว่าจะเกิดความปลอดภัยทางการเงินหรือไม่ จึงทำให้คนไม่กล้าที่จะเลือกใช้โมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน
- 3) การทำงานวิจัยนอกจากจะมีการศึกษางานเชิงปริมาณแล้วสามารถทำวิจัยเชิงคุณภาพประกอบการทำวิจัยเพื่อที่จะได้รับทราบข้อคิดเห็นเชิงลึกหลังจากการใช้งานแล้ว เกิดผลดี ผลเสียหรือเกิดข้อติดขัดอย่างไร เพื่อที่จะได้นำไปแก้ไขและพัฒนาให้ประชาชนเกิดการยอมรับนวัตกรรมโมบายแบงก์กิ้ง แอปพลิเคชัน

### รายการอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพมหานคร:

ธรรมสาร.

พรชนก พลบุญ. (2558). การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความตั้งใจของประชาชนในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ (PromptPay) ของรัฐบาลไทย

จิรนนท์ พุ่มภิญโญ. (2553). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีโมบาย แบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ แห่งหนึ่ง. กรุงเทพมหานคร: ธรรมศาสตร์

- สิงหะ ฉวีสุข และ สุนันทา วงศ์จตุรภัทร. (2012). ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ. เกศวิฑู วิทยศ. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์
- กรณีศึกษา ธนาคาร ซีเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน). มหาวิทยาลัยเนชั่นบริหารธุรกิจ
- เยาวพา ชูประภาวรณ. (2547). การยอมรับนวัตกรรมใหม่. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.
- สุกฤตา ศิริรัตน์รุ่งเรือง และนิตนา ฐานิตธนกร. (2559). เงื่อนไขการอำนวยความสะดวก อิทธิพลจากสังคม การรับรู้ถึงประโยชน์ ความไว้วางใจขั้นต้น และทัศนคติต่อการใช้บริการผ่านโทรศัพท์มือถือที่ส่งผลต่อ ความตั้งใจในการใช้งานแอปพลิเคชัน Grab Taxi ของผู้ใช้งานมือถือสมาร์ทโฟนในกรุงเทพมหานคร. การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 6 ประจำปี 2016 เศรษฐกิจดิจิทัลในบริบทของวิสาหกิจเริ่มต้น . กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยสยาม.
- สุนันทา หลบภัย และนิตนา ฐานิตธนกร. (2559). การรับรู้ถึงความปลอดภัย ประโยชน์การใช้งานและความ ง่ายในการใช้งานที่มีผลต่อการใช้บริการชำระเงินผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติสหวิทยาการเอเชีย
- อัครเดช ปิ่นสุข และนิตนา ฐานิตธนกร. (2559). การยอมรับ เทคโนโลยีสารสนเทศ คุณภาพการบริการ อิเล็กทรอนิกส์ และส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้า ที่ส่งผล ต่อความพึงพอใจ (E-satisfaction) ใน การจ้องตัวภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. การ ประชุมวิชาการระดับชาติสหวิทยาการเอเชีย
- V. Venkatesh, M. Morris, and G. B. Davis. (2003). “User acceptance of information technology: Toward a unified view,” *MIS Quarterly*, vol. 27, no. 3, pp. 425-478, Sep. 2003.
- DAAT เผยข้อมูลผู้ใช้อินเทอร์เน็ตของไทย ไตรมาส 1 ประจำปี 2559. (2559). สืบค้นจาก <http://www.daat.in.th/index.php/daat-internet/>
- TANA. (2016). เผยสถิติการใช้ Internet และ Social Media ล่าสุด (2016) : ประเทศไทยไม่น้อยหน้าชาติใด ในโลก. สืบค้นจาก <http://www.9tana.com/node/thailand-social-stat-2016/>
- ธุรกรรมภาพรวมระบบการชำระเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2017). สืบค้นจาก <http://www.bot.or.th/Thai/Statistics/PaymentSystems/Pages/StatPaymentTransactio ns.aspx>
- ETOPs: มาทำความเข้าใจ Mobile Banking ให้มากยิ่งขึ้น. (2015). สืบค้นจาก [http://www.pdamobiz.com/forum/forum\\_posts.asp?TID=453404&PN=1](http://www.pdamobiz.com/forum/forum_posts.asp?TID=453404&PN=1)
- Rogers, E., & Shoemaker, E. (1971). *Diffusion of Innovations*. New York: Free.
- Taylor, S., & Todd, P.A. (1995). *Assessing IT usage: The role of prior experience*.